

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала
Финуниверситета



А.А. Якушев
«21» апреля 2021 г.

Каткова С.Г.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Рекомендовано Ученым советом
(протокол № 31 от 20 апреля 2021 г.)*

*Одобрено заседанием кафедры «Экономика, финансы и управление»
(протокол № 11 от 13 апреля 2021 г.)*

Челябинск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины	2
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	2
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	12
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	12
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	17
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	20
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	24
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	37
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	37
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	38
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	40
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	41

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Теория и практика средств массовой информации».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий. 2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	<i>Знать</i> особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий аудитории, этических норм общения с коллегами и партнерами. <i>Уметь</i> использовать современные технологии межличностной и межгрупповой коммуникации для создания медиапродуктов. <i>Знать</i> международные нормы межличностного и коллективного общения. <i>Уметь</i> организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов на основе культурных кодов аудитории.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями.	<i>Знать</i> специфику организации современного коммуникативного пространства, информационные потребности аудитории. <i>Уметь</i> моделировать рекламные, информационные и пропагандистские кампании в интересах

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>2. Ориентируется в профессиональной деятельности существующие потребительские предпочтения,</p> <p>3. формирует новые потребительские предпочтения</p>	<p>профессиональной деятельности. Умения определять порядок организации и планирования профессиональной деятельности</p> <p><i>Знать</i> стратегии разработки информационных, пропагандистских сообщений и подготовки коммуникативных мероприятий.</p> <p><i>Уметь</i> разрабатывать медиа-карту для рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.</p>
ОПК-5	<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования</p>	<p>1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакommunikационных систем региона, страны и мира.</p> <p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакommunikационных систем разного уровня.</p>	<p><i>Знать</i> типологию, цели, задачи и структуру медиа-коммуникационных систем.</p> <p><i>Уметь</i> выстраивать взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение медиапроектов.</p> <p><i>Знать</i> особенности информационного сопровождения, принципы и технологии формирования информационных потоков.</p> <p><i>Уметь</i> реализовывать коммуникационные мероприятия с учетом регулирующих медиа-деятельность институтов.</p>

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика средств массовой информации» входит в модуль общеобразовательных дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью».

4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	10/360	124	56	180
Контактная работа – Аудиторные занятия	178	68	26	84
<i>Лекции</i>	76	34	8	34
<i>Семинары, практические занятия</i>	102	34	18	50
Самостоятельная работа	182	56	30	96
Вид текущего контроля	контрольная работа, домашнее творческое задание	контрольная работа	домашнее творческое задание	
Вид промежуточной аттестации	зачет, экзамен	зачет	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Научные основания теории и практики средств массовой информации.

Средства массовой информации vs. масс-медиа? Науки о медиа (media studies). Философские теории медиа (Франкфуртская школа социальных исследований). Социальные теории медиа (У. Липпман, Г. Лассуэл). Политические теории медиа. Лингвистические теории медиа (Р. Барт, Ю.М.

Лотман, У. Эко). Экономические теории медиа (Г. Шиллер). Информация, эксформация и имплозия. Репрезентация повседневности в медиа. Многообразие медиа.

Тема 2. Понимание медиа.

Сущность масс-медиа. Концепция времени и пространства медиа (Г. Иннис). Галактика устной культуры, галактика Гутенберга и электрическая галактика (М. Маклюэн). Изменения мира под влиянием масс-медиа. «Средство есть само сообщение» (М. Маклюэн). «Горячие» и «холодные» средства коммуникации (М. Маклюэн). Галактика интернет (М. Кастельс). Функции современных масс-медиа.

Феномены медиавоздействия. Изменения мира под влиянием массмедиа. Формирование повестки дня (Э. Ноэль-Нойман). Гиперреальность и симулякры телевидения (Ж. Бодрийяр). Метафора паноптикума в масс-медиа (М. Фуко). Общества потребления и медиа (Ж. Бодрийяр, Н. Кляйн). Экранное или клиповое сознание атомарного человека (С.Г. Кара-Мурза, В.А. Кутырёв). Гипермедиа в «глобальной трансформации человеческих качеств» (П. Ладлоу, К. Беккер).

Тема 3. Средства массовой информации в современном обществе

Этапы развития коммуникаций и эволюция масс-медиа. Факторы роста значимости средств массовой коммуникации.

Печатные медиа. Чтение как способ освоения информации. Характеристика прессы как медиа-коммуникации. Газета – социальный посредник (Г. Лассуэлл). Журнал как интеллектуальный собеседник. Феномен глянцевого журнала.

Аудиальные медиа. Радиосообщение – оперативная технология доставки информации. Радио как информационный и развлекательномузыкальный фон (Т. Адорно).

Визуальные медиа. Фотография – фиксация реальной действительности (Р. Барт). Кино – технология создания визуальных образов мира (Ж. Делёз). Телевидение – технология слияния пространства и времени в прямом эфире зрителя (Ж. Бодрийяр). Граффити и комиксы как медиасредства.

Масс-медиа в интернет-пространстве. Интернет как результат конвергенции медиа. Основные черты интернета. Веб-коммуникации – реализация гипертекста многомерной сети (У. Эко). Картография веб-сетей. Информационно-сетевые технологии Веб 2.0.

Тема 4. Аудитория медиа.

Характеристики медиа-аудитории. Целевые и ключевые группы медиааудитории. Демагогическая, догматическая и культуралистская доктрины воздействия на аудиторию. Медиапотребление и медиапрактики. Расщепление общества на медиа-классы (У. Эко).

Концепции пассивного медиапотребления. Способы воздействия медиа на аудиторию. Концепция наркотизации потребителя масс-медиа (П. Лазарсфельд, Р. Мертон). Концепция управления поведением с помощью медиа (Б. Скиннер, К. Левин). Концепция подталкивания (К. Санстейн, Р. Талер). Концепция культурной гегемонии (А. Грамши). Концепция индустриализации культуры (В. Беньямин). Критическая концепция (М. Хоркхаймер, Т. Адорно). Концепция «одномерного человека» (Г. Маркузе). Концепция идеологических аппаратов (Л. Альтюссер). Концепция «общества спектакля» (Э. Ги Дебор). Концепция удвоения реальности медиа (Н. Луман). Концепция производства мифологии в медиа (Р. Барт).

Концепции активного медиапотребления. Концепция искусства повседневного действия (М. де Серто). Концепция габитуса и символического капитала (П. Бурдьё). Концепция медиаиспользования (Р. Хоггарт, С. Холл). Концепция культурной карты аудитории (Д. Морли). Концепция массовых медиатекстов (Д. Фиске). Концепция анализа медиасобытий (Д. Даян, Э. Кац). Концепция культурного взаимодействия (Ф. Бок, А. А. Аппадурай). Концепция сообщения медиатекста (Ю. М. Лотман).

Тема 5. Политические элиты и медиасубъекты.

Роль и место политических элит в обществе. Особенности формирования политических элит. Кастовый, вайленсологический, цивилизационный, культурологический и конспирологический подходы к анализу элит.

Медиаэлиты современного информационного общества. Влияние информационных технологий на формирование элит. Базисные и технологические субъекты медиа. Прямые и превращенные предметные базисные субъекты медиа. Знания как основа современной элиты. Концепция меритократии (Ф. Бекон, Д. Дидро). Технологии цифровизации (дигитализации), медиатизации реальности, виртуализации, сетевизации, 3Dпритинга, блокчейна и искусственного интеллекта и их влияние на формирование элиты. Основные черты медиаэлиты нового цифрового мира.

Тема 6. Медиатизация политики.

Медиатизация политики как социальное явление. Информатизация и мифологизация политики. Сущность медиатизации. Взаимопроникновение политики и журналистики. Основные этапы медиатизации политики.

Политические коммуникации: содержание и специфика. Необходимость политической коммуникации. Природа политической коммуникации. Определение политической коммуникации. Модели политической коммуникации. Социальное пространство и поля политических коммуникаций. Ценностное измерение политической коммуникации. Информационная уязвимость современного политика. Роль медиа в развитии «публичной сферы» (Ю. Хабермас). Электронная демократия и электронное правительство. Метафора паноптикума для описания медиареальности (М. Фуко). Типология политических коммуникаций. Мобилизационные и маркетинговые стратегии медиа в политике. Характеристика политической пропаганды и агитации. Политический имиджмейкинг. Политическая реклама и брендинг. Кризисная политическая коммуникация.

Тема 7. Журналистика как система реализации медиатеатральности.

Развитие журналистской деятельности. Предпосылки генезиса журналистики. Протожурналистика в древности, средневековье и в эпоху Возрождения. Возникновение периодической печати в Новое Время. Появление системы СМИ в XIX в. Процесс монополизации СМИ в XX в. Появление печати в России в XVIII в. Оппозиционная российская журналистика XIX в. Советская журналистика. Современное состояние журналистики в России и за рубежом.

Основы журналистской деятельности. Функции журналистики. Идеологические модели журналистики: авторитарно-технократическая, коммуникативно-познавательная, гуманитарная. Редакция периодического издания. Характеристика системного редакционного конфликта.

Виды профессиональной деятельности журналиста. Профессиональные нормы современного журналиста. Особенности создания журналистского текста. Методы подачи материала журналистом. Специфика газетных жанров: информационного, аналитического, художественно-публицистического.

Тема 8. Особенности организации медиарелейшнз.

Управление средствами массовой коммуникации. Основные направления деятельности медиарелейшнз. Новости как оперативная

информация об окружающем мире. Модели новостного производства: make story и make sense. Задачи СМИ при производстве новостей. Проблема смыслового позиционирования. Острые формы подачи информации.

Приемы работы с информацией: убеждение и внушение.

Конструирование новостей. Критерии отбора информации для массмедиа (К. Джемисон и К. Кэмпбелл). Критерии отбора информации для масс-медиа по Н. Луману. Придание новости значения. Взаимодействие PRспециалиста и СМИ.

Процесс организации медиарилейшнз. Система RACE в медиарилейшнз. SMART – критерии цели. Характеристика информационного поля. Стратегия и тактика медиарилейшнз. Оценка стоимости медиарилейшнз. Менеджмент новостей. Технология Спиндоктор. Механизм конструирования новостной информации.

Тема 9. Текстовая деятельность в средствах массовой информации.

Сущность и содержание текстовой деятельности. Понятие текста. Основные свойства текста. Особенности контекста. Особенности гипертекста. Концепция текстовой деятельности Т.М. Дридзе.

Виды PR-текстов. Определение PR-текста. Типология PR-текстов. Жанры PR-текстов.

Оперативно-новостной жанр (пресс-релиз, новостной лист, приглашение). Особенности создания пресс-релиза.

Исследовательско-новостной жанр (бэкграундер, лист вопросов и ответов). Фактологический жанр (факт-лист, биография, некролог).

Исследовательский жанр (заявление для СМИ). Образно-новостной жанр (байлайнер, поздравление, письмо).

Комбинированные тексты (пресс-кит, брошюра, листовка, ньюслеттер). Медиа-тексты (имиджевая статья, интервью, кейс-стори). Смежные тексты (слоган, резюме, пресс-ревью).

Тема 10. Мифология масс-медиа.

Определения мифа. Сущность мифа. Свойства мифа. Механизм воздействия мифа на общество. Особенности мифологического мировоззрения (А.Ф. Лосев). Основные черты мифологического мышления. Функции мифа.

Культурологический подход к мифологии (Б. Малиновский). Структуралистский подход к мифологии (К. Леви-Стросс). Мифологическая модель коммуникации К. Леви-Стросса. Психоаналитический подход к мифологии (З. Фрейд, К. Юнг). Мифологическая модель коммуникации К.

Юнга. Лингвистический подход к мифологии (М. Мюллер).

Философский подход к мифологии (Э. Кассирер). Коммуникативный подход к мифологии (М. Маклюэн). Постструктуралистский подход к мифологии (Р. Барт). Мифологическая модель коммуникации Р. Барта. Постмодернистский подход к мифологии (Ж. Бодрийяр).

Особенности современной мифологии. Принципы социального влияния современной мифологии. Мифодизайн в современных коммуникациях. Понятия мифотворчества, мифодизайна и мифопрактики. Миф общества потребления.

Миф и реклама. Мифологизация коммуникации.

Мифоцентрированность сообщения. Признаки потребностной мифологии. Значение основных архетипов. Использование основных архетипов в мифодизайне. Маркеры мифологической коммуникации. Принципы мифологической коммуникации.

Тема 11. Дискурсивные медиапрактики.

Дискурсивизация социального мира. Понятие дискурса. Многозначность определений дискурса. Идеологический характер дискурса (Э. Лакло, Ш. Муфф). Языковой характер мышления (М. Фуко). Дискурсивные практики. Слуги и хозяева языковых систем (К. Касториadis). Тотализирующий дискурс масс-медиа. Трансформации дискурсивных практик. Определяющее влияние дискурса на социальную жизнь. Приписывание значений.

Власть дискурса. Многообразие дискурсов. Калейдоскоп дискурсов (Э. Тоффлер). Деятельность по производству дискурса: денотация, манифестация, сигнификация (Ж. Делез). Создание гиперсобытия.

Особенности политического дискурса. Машины желания (Ж. Делёз, Ф. Гваттари). Дискурс гламура и глянца. Дискурс контркультуры. Дискурс свободы выбора в обществе потребления. Дискурс как проявление коммуникативной рациональности (Ю. Хабермас).

Язык дискурса массовых коммуникаций. Ф. де Соссюр: язык явление социальное. Конструирование языка (В. Хлебников). Семантический треугольник Огдена-Ричардса. Концепция «плавающих означающих» Ж. Лакана. Концепция бессмысленного языка Л.В. Щербы. Концепция шизофренического языка Ж. Делёза.

Производство и распространение визуального дискурса. Языковые игры Л. Витгенштейна. Концепция новояза Дж. Оруэлла. Концепция метафоры Дж. Лакоффа. Гипотеза лингвистической относительности СепираУорфа: особенности европейских и индейских языков.

Тема 12. Конструирование медиареальности.

Основные подходы к определению медиареальности. Политическое измерение медиареальности. Клиповая картина мира. Понятие образа. Теоретические концепции образа: теория иероглифов (Г. Гемгольц) и теория отражения (В.И. Ленин). Чувственно-наглядные и рационально-понятийные образы сознания. Роль образа в массовом и индивидуальном сознании. Образ, знак и символ. Человек как символическое животное (Э. Кассирер). Знаково-символическое измерение медиаобраза. Экономика образов. Потребление образов. Иконы популярной культуры. Образы общественного мнения. Преобладание визуальных образов массового сознания в современности.

Производство образов реальности в масс-медиа. Конструирование образа: вербализация. Конструирование образа: текстуализация. Конструирование образа: визуализация. Конструирование образа: символизация. Конструирование образа: фетишизация. Конструирование образа: виртуализация.

Тема 13. Медиавирусы в средствах массовой информации.

Медиавирус в информационной сфере. Подходы к сущности медиавируса: биологический (Р. Докинз), психологический (В.М. Бехтерев), информационно-коммуникативный (Д. Рашкофф). Основные признаки медиавируса. Особенности репрезентации медиавирусов. Структура медиавируса. Основные типы медиавирусов: целенаправленные, спонтанные, самозарождающиеся. Т-вирусы, мемботы, идеологические вирусы.

Генезис медиавируса. Медиаактивисты и вирусмейкеры – конструкторы вирусов. Механизм проникновения медиавирусов в инфосферу. Признаки вирусной эпидемии.

Технологии распространения медиавирусов: флешмоб, вирусное видео, социальные сети, мультипликация. Медиавирусы в коммуникативных практиках современности.

Тема 14. Симулятивные образы масс-медиа.

Проблема неподлинного бытия. Сущность и содержание симулятивного образа. Признаки симулятивных образов. Симулякры и симуляции масс-медиа. Медиа как средство симуляции. Феномен симулякра. Симулякры и мир идей Платона. Текст как симулякр (Ж. Деррида). Симулякр как позитивная сила (Ж. Делез). Симулякр как знак, обретающий собственное бытие (Ж. Бодрийяр).

Этапы развития симулятивных образов. Технологии симулятивной коммуникации. Виртуальная реальность и симулякры. Вторжение симулякров в коммуникативную реальность. Симулякры в различных сферах общества.

Тема 15. Индоктринация с помощью масс-медиа.

Индоктринация как социально-политическое явление. Основы искусства убеждения. Идея овладевает массами (К. Маркс). Доктрина и индоктринация. Манипуляция сознанием (Г. Шиллер, С.Г. Кара-Мурза). Приемы манипулятивного влияния. Психологическая теория индоктринации (Р. Кондон, Д. Маркс). Культовый контроль сознания и механизм ВІТЕ (С. Хассен). Реформирование мышления (Р. Лифтон). Информационно коммуникативный марафон (Р. Джонсон). Психофизиологическая теория индоктринации (Ф. Зимбардо). Содержание и итоги экспериментов С. Милгрема и С. Аша. Технология «Окно Овертона». Культурологическая теория индоктринации (А. Грамши). Теория культурного импринтинга. Технология «мягкой силы» (Дж. Най). Аксиологические технологии индоктринации.

Конструирование идеологии с помощью средств массовой коммуникации. Роль государства в распространении идеологии. Подходы к идеологии: ложного сознания (К. Маркс), рационалистический (К. Мангейм), лингвистический (Р. Барт), социологический (П. Бергер, Т. Лукман), структуралистский (Л. Альтюссер), семиотический (М.М. Бахтин, У. Эко). Определение идеологии. Особенности репрезентации идеологии в массмедиа.

5.2 Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Общая	Лекции	Практические и	Занятия в интерактивны х формах		
1.	Научные основания теории и практики средств массовой информации.	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, Обсуждение
2.	Понимание медиа	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
3.	Средства массовой информации в современном	24	12	6	6	2	12	Решение ситуационных задач, текущее

	обществе.							тестирование
4.	Аудитория медиа	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
5.	Политические элиты и медиасубъекты.	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
6.	Медиатизация политики.	22	10	4	6	3	12	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
7.	Журналистика как система реализации медиа-деятельности.	24	12	6	6	2	12	К/Р по всем темам
8.	Особенности организации медиарелейшнз.	24	12	6	6	2	12	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
9	Текстовая деятельность в средствах массовой информации.	24	12	6	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
10	Мифология масс-медиа	22	10	4	6	3	12	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
11	Дискурсивные медиапрактики	24	12	6	6	2	12	К/Р по всем темам
12	Конструирование медиареальности.	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
13	Медиавирусы в средствах массовой информации.	22	10	4	6	2	12	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
14	Симулятивные образы масс-медиа	22	10	4	6	2	12	Дискуссия, обсуждение
15	Индоктринация с помощью массмедиа	42	28	10	18	6	14	Решение ситуационных задач, текущее тестирование
	В целом по дисциплине	360	178	76	102	36	182	Согласно учебному плану: Контрольная работа
	Итого в %					20		

5.3. Содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Научные основания теории и практики средств массовой информации.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль и место СМИ в современном мире. 2. Что такое информация? 3. В чем главное предназначение СМИ? 4. Как взаимосвязаны PR и СМИ? 5. Что именно изучается в медиаисследованиях? 6. СМИ формируют реальность или только рассказывают о ней? 7. В каком направлении развиваются современные СМИ? <p>(8.1, 8.3, 9.2)</p>	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия
Тема 2. Понимание медиа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Личность и жизненный путь М. Маклюэна. 2. Книга М. Маклюэна «Галактика Гутенберга». 3. Концепции истории развития общества: медийная (Маклюэн), формационная (Маркс, Энгельс), культурологическая (Данилевский, Шпенглер), цивилизационная (Тойнби). 4. Книга Маклюэна «Понимание медиа». 5. Концепция горячих и холодных СМИ Маклюэна. 6. Идеи расширения органов человека с помощью СМИ и «глобальной деревни». 7. Книга М. Кастельса «Галактика интернет» и идеи Маклюэна. 8. Значение творчества Маклюэна для анализа современных медиа. <p>(8.2; 8.4; 9.11)</p>	Выступление с докладами, проведение их обсуждения.

Тема 3. Средства массовой информации в современном обществе.	1. Связь активного развития масс-медиа с формированием массовой культуры. 2. Масс-медиа в мультикультурной среде. 3. Новые медиа-стратегии. 4. Развитие PR-сетей и современные аспекты международных коммуникаций. 5. Развитие информационных систем и их влияние на организацию PR-деятельности. 6. Развитие интегрированных маркетинговых коммуникаций. (8.2; 8.6; 9.11)	Создание проекта деловой игры и описание последовательности действий. Выделение ролей и определение необходимого количества игроков.
	1. Социальные сети в государственных и общественных структурах. 2. Связи с общественностью в социальных сетях. 3. Социальные сети в экономической, производственной и коммерческой сфере. 4. Социальные сети в кризисных, конфликтных и протестных ситуациях. <i>Вопросы для самостоятельной работы студентов:</i> (8.1, 8.2; 8.3; 9.11)	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия
Тема 4. Аудитория медиа	1. В ходе дискуссии следует поразмыслить над ответами на 10-ю вопросами, заданные PR-специалистам В.О. Пелевиным в 2001 г. (URL: https://prmaslennikov.livejournal.com/386488.html). Необходимо заранее продумать свою позицию и по возможности подкрепить ее какими-то значимыми аргументами и примерами из реальной практики. (8.2; 8.3; 8.6; 9.6)	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия
Тема 5. Политические элиты и медиасубъекты.	1. Влияние элит на конструирование медиареальности. 2. «Старые» элиты и традиционные медиа. 3. Независимость или подчинение медиа в современном мире. 4. Новые коммуникативные технологии в управлении обществом и государством. 5. Возможности и ограничения воздействия медиа на элитарный отбор. 6. Особенности функционирования «новых» элит в информационно-цифровом обществе.	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия

	7. Перспективы дальнейшего взаимодействия элит и медиа. (8.2; 8.3; 8.6; 9.6)	
Тема 6 Медиазация политики	1. Роль и место масс-медиа в политической деятельности. 2. Политический дискурс в современном медиапространстве. 3. Перспективы создания цифрового правительства и сетевой публичной сферы. 4. Значение «символических аналитиков» для медиа-политики. 5. Медиаграмотность и медиаобразование как фактор политического участия. (8.1; 8.2; 8.3; 9.6; 9.1)	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия
Тема 7. Журналистика как система реализации медиа-деятельности.	1. Назначение темы. 2. Уяснение информационного повода. 3. Выявление жанровой принадлежности. 4. Разработка структуры. 5. Создание заголовка. 6. Разработка лид-абзаца. 7. Использование цитирования. 8. Оформление выводов. (8.2; 8.6; 9.11)	Изучение состояния исследуемого вопроса и сути проблемы. Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия
Тема 8. Особенности организации медиа релейшнз.	1. Материалы для СМИ: подготовка и распространение. 2. Преимущества и недостатки видов СМИ с точки зрения PR. 3. Критерии отбора и оценки эффективности использования СМИ для различных PRпрограмм. 5. Общие правила, стратегия и тактика взаимоотношений с местными, региональными, центральными и международными СМИ. 6. Специфика работы с печатными СМИ. Мониторинг СМИ. 7. Подготовка аудио- и визуальных материалов. (8.2; 8.3; 8.6; 9.6)	Выступление с докладами,. Дискуссия
Тема 9. Текстовая деятельность средствах массовой информации.	1. На основе анализа предложенного информационного повода, экономического и политического характера, создать посвященный этому событию пресс-релиз (релиз-анонс и ньюс-релиз). Для нормальной работы необходимо каждому студенту изучить требования к составлению такого рода	Создание проекта деловой игры и описание последовательности действий. Выделение ролей и определение необходимого количества игроков.

	<p>текстов из книги А. Мирошниченко «Как написать пресс-релиз» и быть в готовности их изложить. Работа над текстом будет организована в виде соревнования между различными группами. Тема прессрелиза будет доведена до студентов непосредственно перед началом работы.</p> <p>4. (8.2; 8.3; 8.6; 9.6)</p>	<p>Выполнение заданий участниками.</p> <p>Изучение состояния исследуемого вопроса и сути проблемы.</p> <p>Оценка результатов всей игровой деятельности.</p>
Тема 10. Мифология масс-медиа.	<p>1. Выявление роли мифологии в массовых коммуникациях.</p> <p>2. Раскрытие примеров использования мифологии в политической (создание имиджа), экономической (реклама), духовной (ценности), социальной (националистические проекты) сферах.</p> <p>3. Показать на какие архетипы опирается мифодизайн в вашем примере.</p> <p>4. Какой подход к мифологии (Малиновский, Леви-Строс, Барт, Кассирер, Маклюэн) позволяет лучше понять влияние мифа на массовое сознание?</p> <p>(8.2; 8.3; 8.6; 9.6)</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций.</p> <p>Дискуссия</p>
Тема 11. Дискурсивные медиапрактики.	<p>1. Требуется найти конкретные примеры из политической, экономической, социальной, духовно-культурной сфер, в которых происходит языковое манипулирование на основе дискурсивных практик.</p> <p>2. Необходимо показать какая из теорий дискурса используется в том или ином случае.</p> <p>3. Опираясь на конкретный информационный повод, оценить насколько эта теория эффективна.</p> <p>4. Какие по вашему возможности имеются у указанных технологий для применения в сфере PR?</p> <p>(8.2; 8.3; 8.6; 9.6)</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций.</p> <p>Дискуссия</p>
Тема 12 Конструирование медиареальности	<p>1. Проанализировать один из фильмов представленного списка (возможно также выбрать какие-то другие фильмы со сходной тематикой).</p> <p>2. Выявить особенности представления в этих фильмах реальности в которой находятся главные герои.</p> <p>3. Раскрытие некоторых черт этого особого состояния сознания.</p> <p>4. Каким образом показаны возможности выхода из этого состояния в</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций.</p> <p>Дискуссия</p>

	<p>подлинную действительность?</p> <p>5. Что именно делает реальность подлинной?</p> <p>6. 6. Каким образом медиа могут генерировать измененную реальность?</p> <p>7. Как противодействовать навязанной реальности.</p> <p>(8.2; 8.3; 8.6; 9.6)</p>	
Тема 13. Медиавирусы в средствах массовой информации.	<p>1. Вирусное предложение и вирусный текст.</p> <p>2. Предметные иллюзии и идеалы постоянства (Я. Голосовкер «Логика мифа»).</p> <p>3. Вирусный маркетинг (М. Гладуэлл).</p> <p>4. Манипуляция медиа общественным мнением в интересах продвижения интересов ТНК.</p> <p>5. Продуцирование и репрезентация мемов в современной инфосреде (Д. Рашкофф).</p> <p>6. Медиавирусы в альтернативных, тактических и мета- медиа.</p> <p>7. Медиавирусы и PR-деятельность. 8. Медиа-активизм и медиа-приколизм.</p> <p>(8.6; 9.2; 9.6)</p>	Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия
Тема 14. Симулятивные образы масс-медиа	<p>1. Мониторинг СМИ на предмет выявления симулятивных конструкций.</p> <p>2. Специфика создания симулякра.</p> <p>3. Эффективность используемых для его продвижения масс-медиа.</p> <p>4. 4. Анализ состояния аудитории.</p> <p>8. (8.6; 9.2; 9.6; 9.11)</p>	Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия
Тема 15. Индоктринация с помощью масс-медиа	<p>1. Генерация и трансляция медиа-имиджей, связанных с дискуссионными идеями.</p> <p>2. Культурные войны (Дж. Хантер).</p> <p>3. Установление медиа-лимитов и диапазонов приемлемости для идей.</p> <p>4. Предписание медиа-событиями смысла, интерпретация их определенным образом и придание статуса общепризнанной правды (С. Холл).</p> <p>5. Идеологии в рамках новостных программ СМИ.</p> <p>Использование в трансляции идеологий рекламы (Д. Крото).</p> <p>(8.1; 8.2; 8.4; 8.6; 8.7; 9.1.; 9.2; 9.4; 9.7; 9.11)</p>	Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное усвоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Научные основания теории и практики средств массовой информации.	Основные значения понятий «информация» и «коммуникация». Социальная коммуникация. Понятие массы. Роль и значение массовой информации и коммуникации в современном дискурсе. Эволюция коммуникационных технологий. Информационная цивилизация. Массовая коммуникация и массмедиа. Усиление роли технических средств в социальной коммуникации.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
2. Понимание медиа	Теории М. Маклюэна о медиадетерминизме. Медиареальность. Метафизика медиа. Медиафилософия и медиапрактики. Медиаполитика. Медиакультура. Медиаимпериализм. Медиация вещей и овеществление медиа. Медиасреда и медиасубъект.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
3. Средства массовой информации в современном обществе.	Основные тенденции развития современного общества. Этапы развития среды деловой активности и развития средств массовой коммуникации. Понятие глобализации и ее связь с современными аспектами PR-деятельности.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
4. Аудитория медиа.	Общественное и массовое сознание. Г. Лебон, З. Фрейд, В. Грушин, А. Уледов о массовом сознании. Носители массового сознания. Общественное мнение и докса. Средства управления массовым сознанием. Роль СМИ в	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.

	воздействии на аудиторию.	
5. Политические элиты и медиасубъекты	Концепции происхождения элит. Сущность и содержание элит. Элитарные теории. Процессы кооптации политической элиты. Специфика медиасубъектов. Взаимосвязь политической и медиа элит. Перспективы развития медиаэлит.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
6. Медиатизация политики	Политические и социальные кампании как среда создания конкурентного преимущества. Специфика электоральной коммуникации. PR как разновидность социальных коммуникаций.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников. Подготовка реферативного сообщения.
7. Журналистика как система реализации медиа-деятельности.	Социальные функции СМИ. СМИ и современные массовые коммуникации. История становления и развития журналистики за рубежом и в России.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
8. Особенности организации медиарилейшнз.	Управление новостной информацией: конструирование и продвижение. Модель менеджмента новостей. Механизмы управления новостной информацией.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
9.Текстовая деятельность в средствах массовой информации.	Многозначность и многослойность текста. Специфика текстовой деятельности. Способы влияния текста на общественное мнение. Виды текста. Назначение и структура PR-текстов. Специфика создания текста для СМИ.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.

10. Мифология массмедиа.	Основные подходы к анализу мифологии. Ф. Шелинг, З. Фрейд, К. Юнг, Э. Кассирер, Р. Барт, К. Леви-Стросс о значении мифологии для человеческого мышления и организации социальнополитической деятельности.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
	Основные архетипы коллективного бессознательного. Специфика управления массовым сознанием на основе мифологической коммуникации. Особенности реализации мифодизайна в СМИ.	
11. Дискурсивные медиапрактики.	Понятие дискурса. Понимание дискурса в классической философии, постмодернизме, лингвистике, социогуманитарных науках. Подходы к определению дискурсивных практик. Особенности дискурс-анализа.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
12. Конструирование медиареальности.	Природа медиареальности. Роль и место СМИ в конструировании реальности. Процесс производства реальности в масс-медиа. Создание новостей как элемент производства медиареальности. Специфика виртуальной реальности.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
13. Медиавирусы в средствах массовой информации.	Меметика как наука о медиавирусах. Культура как распространение самореплицирующихся ментальных единиц (Д. Хофштадтер). Медиавирус обозначение медиасобытий (Д. Рашкофф).	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.
14. Симулятивные образы масс-медиа	Конструирование образов в общественном мнении. Основные виды образов общественного мнения. Принципы построения образа. Понятие имиджа и его типология.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Изучение и конспектирование, монографической литературы, первоисточников Подготовка к докладу.

15. Индоктринация с помощью масс-медиа	Идеология и деидеологизация в современном обществе. Медиа как пространство конкуренции противоречащих друг другу взглядов.	Проработка и повторение материала лекций и учебных пособий. Подготовка творческого задания.
----------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика вопросов к контрольной работе

1. Влияние информатизации общества на модус политической коммуникации.
2. Роль и место аудиальных медиа в современном обществе.
3. Роль и место печатных медиа в современном обществе.
4. Роль и место аудиальных медиа в современном обществе.
5. Роль и место визуальных медиа в современном обществе.
6. Роль и место сетевых медиа в современном обществе. Роль медиа в формировании политической культуры.
7. Интермедиарная роль масс-медиа в политической коммуникации.
8. Цели, задачи, функции журналистики в современной России.
9. Характер публичной сферы в современной России.
10. Новые глобальные медиа в публичной сфере.
11. Изменение логики взаимодействия медиа и политики в условиях становления и развития «общества знаний».
12. Коммуникационные практики государственных, корпоративных и общественных СМИ.
13. Глобализация как фактор развития современных медиа-технологий.
14. Управление информационным потоком в современных масс-медиа.
15. Медiateхнологии конструирования реальности.
16. Особенности конструирования политического дискурса в массмедиа.

17. Эволюция технологических платформ СМИ и современные политические коммуникации.
18. Перспективы использования сетевых медиа в международных отношениях и мировой экономике.
19. Веб 1.0., 2.0. и 3.0: эволюция технологий и революция медиакommunikации.
20. Перспективы развития Веб 4.0 (искусственного интеллекта).
21. Медиа-технологии формирования общественного мнения.
22. Характеристика аудитории применительно к различным видам медиа.
23. Возможности и ограничения использования медиа в интересах социального конструирования реальности.
24. Конвергенция журналистики, рекламы, связей с общественностью.
25. Специфика интегрированных медиакommunikаций.

Перечень тем домашнего творческого задания

1. Медиа коммуникативное средство: манипуляция или информирования.
2. Корректно ли употреблять слово «имидж» по отношению к достаточно произвольной галлюцинации, наведенной политтехнологами на основе уловленных ожиданий избирателей?
3. Доступность для общества способов сбора информации о состоянии общественного мнения.
4. Морально-нравственное измерение PR-деятельности.
5. Прозрачность PR-технологий для общества.
6. Сознание человека в условиях рыночных отношений.
7. Противодействие складыванию у электората негативного образа PR-деятельности.
8. Роль и место масс-медиа при политическом режиме демократии.

9. Новые принципы создания, трансляции и потребления медиаконтента.
10. Основные модели медиа-коммуникаций.
11. Рекламные медиа-носители: модификация возможностей.
12. Специфика проведения медиа-исследований.
13. Использование медиа-технологий в интересах современных информационных войн.
14. Особенности организация медиарилейшнз.
15. Характеристики деятельности по созданию медиа-сообщений.
16. Понятие медиафантама: деятельность по производству и распространению симулякров.
17. Типология медиа-угроз для современного общества.
18. Медиа как индустрия интерактивных развлечений.
19. Место и роль медиавирусом в современных СМИ.
20. Влияние процессов глобализации на масс-медиа.
21. Влияние процессов дигитализации на масс-медиа
22. Влияние общества потребления на масс-медиа.
23. Влияние процессов сетевизации на масс-медиа.
24. Влияние процессов виртуализации на масс-медиа.
25. Влияние процессов конвергенции носителей информации на массмедиа.

Критерии балльной оценки текущего контроля успеваемости

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка	Баллы (рейтинговая оценка)
Глубокое усвоение всего материала в соответствии с рабочей программой дисциплины, логически стройное его изложение, умение применить теоретические знания для решения прикладных задач, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей	<i>отлично / зачтено</i>	<i>86-100</i>

работы в семестре.		
Твердые знания всего материала в соответствии с рабочей программой дисциплины, грамотное его изложение, допустимы некоторые неточности в ответе на вопросы, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>хорошо / зачтено</i>	<i>70-85</i>
Знание только базового материала курса, допустимы неточности в ответе на вопросы, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении теоретического материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>удовлетворительно / зачтено</i>	<i>50-69</i>
Незнание значительной части всего материала в соответствии с рабочей программой дисциплины, неумение сформулировать правильные ответы на вопросы экзаменационного билета, невыполнение практических заданий.	<i>неудовлетворительно / не зачтено</i>	<i>0-49</i>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
-----------------------	---------------------	------------------

1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий	Знать особенности социальных, этнических, конфессиональных различий аудитории норм общения с коллегами и партнерами. Уметь использовать современные технологии межличностной коммуникации для создания медиапродуктов	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий аудитории. Уметь использовать современные технологии межличностной и межгрупповой коммуникации для создания медиапродуктов	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий аудитории, этических норм общения с коллегами и партнерами. Уметь использовать современные технологии межличностной и межгрупповой коммуникации для создания медиапродуктов	Высокий уровень от 86 баллов
2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Знать международные нормы общения. Уметь организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать международные нормы межличностного и коллективного общения. Уметь организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов.	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать международные нормы межличностного и коллективного общения. Уметь организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов на основе культурных кодов аудитории.	Высокий уровень от 86 баллов

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
-----------------------	---------------------	------------------

1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями.	Знать специфику организации современного коммуникативного пространства аудитории. Уметь моделировать рекламные кампании в интересах профессиональной деятельности.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать специфику организации современного коммуникативного пространства, информационные потребности аудитории. Уметь моделировать рекламные, информационные и кампании в интересах профессиональной деятельности.	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать специфику организации современного коммуникативного пространства, информационные потребности аудитории. Уметь моделировать рекламные, информационные и пропагандистские кампании в интересах профессиональной деятельности. Умения определять порядок организации и планирования профессиональной деятельности	Высокий уровень от 86 баллов
2. Ориентируется в профессиональной деятельности существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения	Знать стратегии разработки информационных сообщений. Уметь разрабатывать медиа-карту для рекламных кампаний и мероприятий.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать стратегии разработки информационных, пропагандистских сообщений и подготовки коммуникативных мероприятий. Уметь разрабатывать медиа-карту для рекламных, информационных кампаний и мероприятий.	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать стратегии разработки информационных, пропагандистских сообщений и подготовки коммуникативных мероприятий. Уметь разрабатывать медиа-карту для рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.	Высокий уровень от 86 баллов

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя

из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Знать цели, задачи и структуру медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ,	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать типологию, цели, задачи медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ.	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать типологию, цели, задачи и структуру медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение медиапроектов.	Высокий уровень от 86 баллов
2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.	Знать особенности информационного сопровождения информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать особенности информационного сопровождения, принципы формирования информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия с учетом регулирующих медиа-деятельность институтов.	Продвинутый уровень от 70 балла
	Знать особенности информационного сопровождения, принципы и технологии формирования информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия с учетом регулирующих медиа-деятельность институтов.	Высокий уровень от 86 баллов

Этапы формирования компетенций

Тематика занятий	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенций (знания, умения)
Тема 1. Научные основания теории и практики средств	ОПК-3	Опрос, дискуссия, обсуждение	Знать особенности социальных, этнических, конфессиональных различий аудитории норм общения с

массовой информации.		презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	коллегами и партнерами. Уметь использовать современные технологии межличностной коммуникации для создания медиапродуктов
Тема 2. Понимание медиа	ОПК-3	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать способы научных исследований постановки целей и отношений, методы выявления закономерностей. Уметь применять полученные знания в области системного анализа информации в отношении научных исследований по выбору оптимальных путей и методов достижения целей, понимать природу variability процессов.
Тема 3. Средства массовой информации в современном обществе.	ОПК-3 ОПК-4	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать международные нормы межличностного и коллективного общения. Уметь организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов.
Тема 4. Аудитория медиа	ОПК-3 ОПК-4	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать: введение в системный анализ; национальную экономику: структуру, средства измерения результаты ее функционирования; Уметь: проводить системный анализ; оценивать национальную экономику: структуру, средства измерения результатов ее функционирования;
Тема 5. Политические элиты и медиасубъекты.	ОПК-3 ОПК-4	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать международные нормы межличностного и коллективного общения. Уметь организовывать репрезентацию коммуникативных продуктов на основе культурных кодов аудитории.
Тема 6 Медиатизация политики	ОПК-3 ОПК-4	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать специфику организации современного коммуникативного пространства, информационные потребности аудитории. Уметь моделировать рекламные, информационные и кампании в интересах профессиональной деятельности.
Тема 7. Журналистика как система реализации медиа-деятельности.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций,	Знать стратегии разработки информационных, пропагандистских сообщений и подготовки коммуникативных мероприятий.

		решение ситуационных задач, кейсов	Уметь разрабатывать медиа-карту для рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.
Тема 8. Особенности организации медиа рилейшнз.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать цели, задачи и структуру медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ,
Тема 9. Текстовая деятельность в средствах массовой информации.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать типологию, цели, задачи медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ.
Тема 10. Мифология масс-медиа.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать типологию, цели, задачи и структуру медиа-коммуникационных систем. Уметь выстраивать взаимоотношения со СМИ, осуществлять информационное сопровождение медиапроектов.
Тема 11. Дискурсивные медиапрактики.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций	Знать особенности информационного сопровождения информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия.
Тема 12 Конструирование медиареальности	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций	Знать особенности информационного сопровождения, принципы формирования информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия с учетом регулирующих медиа-деятельность институтов.
Тема 13. Медиавирусы в средствах массовой информации.	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций, решение ситуационных задач, кейсов	Знать особенности информационного сопровождения, принципы и технологии формирования информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия с учетом регулирующих медиа-деятельность институтов.
Тема 14. Симулятивные образы масс-медиа	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение	Знать методику грамотного, логичного, аргументированного представляет свою точку зрения

		презентаций	посредством и на основе системного описания. Уметь грамотно, логично, аргументировано формировать представлять свою точку зрения посредством и на основе системного описания.
Тема 15. Индоктринация с помощью масс-медиа	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5	Опрос, дискуссия, обсуждение презентаций	Знать особенности информационного сопровождения информационных потоков. Уметь реализовывать коммуникационные мероприятия.

Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
	Оценка		
	Зачтено/удовлетворительно	Зачтено/хорошо	Зачтено/отлично
ОПК-3	ДТЗ,	ДТЗ	ДТЗ, контрольная работа
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий
ОПК-4	ДТЗ, контрольная работа	ДТЗ, контрольная работа	ДТЗ, контрольная работа
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий
ОПК-5	ДТЗ, контрольная работа	ДТЗ, контрольная работа	ДТЗ, контрольная работа
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий

7.2 Типовые контрольные задания, иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный тест

1. Термин «журналистика» пришел в русский язык из ... языка.

Французского

2. Что является главным «инструментом» журналиста?

Слово

3. К какому жанру относится заметка?

А. Оперативно-новостному

Б. Исследовательско-новостному

В. Оперативно-образному

4. Чаще всего к монологической форме подачи информации журналисты прибегают в:

А. Очерке

Б. Интервью

В. Статье

5. Как называлась первая в России печатная газета?

А. «Ведомости»

Б. «Императорские известия»

В. «Голос пролетариата»

6. Кто является изобретателем радиоприемника?

А. В. Гамильтон

Б. Г. Герц

В. А. Попов

7. Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий:

А. Актуальность, периодичность, публичность, универсальность

Б. Тематическая направленность, периодичность, системность

В. Публичность, платность, хронологичность, универсальность

8. Желтая пресса – это:

А. Наиболее достоверная пресса

Б. Тематические издания для отдельных слоев населения

В. Газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах

9. Основная задача журналистики как профессии заключается в:

А. Передаче информации

Б. Сборе и систематизации информации

В. Отражении определенной точки зрения

тест 10. Информационное сообщение, освещающее мероприятие или событие – это:

А. Очерк

Б. Отчет

В. Заметка

11. Журналистика образно называется:

А. Четвертной ветвью власти

Б. Серым кардиналом власти

В. Рупором общественного мнения

12. Когда в России отмечается День свободной прессы?

А. 24 ноября

Б. 13 января

В. 11 июня

13. Эффектом присутствия, достоверности, сопереживания обладает:

Репортаж

-14. Анкетирование – это способ сбора информации, который используется в жанре:

А. Рецензия

Б. Обзорение

В. Репортаж

16. В какое время разрешен выпуск в телеэфир программ, имеющих эротический характер?

А. С 23.00 до 04.00 по местному времени

Б С 23.00 до 06.00 по местному времени

В. С 00.00 до 04.00 по местному времени

16. Главный компонент любого жанра, вида и рода журналистской деятельности – это:

А. Объективный характер подачи информации

Б. Субъективный характер подачи информации

В. Литературная основа

Примерный перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

1. В чем состоит специфика концепции «информационных богачей» и «информационных бедняков» (Г. Шиллер) и идеологических аппаратов (Л. Альтюссер)?
2. Что представляют собой социальные теории медиа (У. Липпман и Г. Лассуэлл)?
3. Роль медиа в концепции символического капитала П. Бурдьё.
4. Раскройте содержание концепций «электронной демократии» и «публичной сферы» (Ю. Хабермас).
5. Письмо и чтение в концепции повседневного искусства М. де Серто.
6. Раскройте содержание медиа-феномена «технологии подталкивания» (К. Санстейн, Р. Талер) и «производства мифологии» (Р. Барт).
7. Содержание медиа-феноменов «удвоения реальности» (Н. Лумана) и «критики массовой культуры» (М. Хоркхаймера и Т. Адорно).
8. Содержание медиа-феноменов: «паноптикума» (М. Фуко) и «клипового сознания» (С.Г. Кара-Мурза, В.А. Кутырёв).
9. Содержание медиа-феноменов «наркотизации потребителя масс-медиа» (П. Лазарфельд, Р. Мертон) и «общества спектакля» (Э. Ги Дебора).
10. Содержание медиа-феноменов формирования повестки дня (Э. Ноэль-Нойман) и культурной гегемонии (А. Грамши).
11. Раскройте содержание медиа-феномена «управления поведением» (Б. Скиннер, К. Левин) и «индустриализации культуры» (В. Беньямин).
12. Дайте характеристику аудитории медиа.
13. Дайте характеристику способам воздействия на аудиторию: демагогической, догматической и культуралистской доктринам.
14. Что представляют собой «горячие» и «холодные» средства массовой коммуникации?
15. Специфика влияния СМИ на аудиторию.

16. В чем состоит специфика аудиальных медиа?
17. В чем состоит специфика печатных медиа?
18. Специфика воздействия СМИ на аудиторию: визуальные медиа.
19. Специфика воздействия СМИ на аудиторию: интернет-медиа.
20. В чем состоит специфика Web-1.0, Web-2.0, Web-3.0, Web-4.0?
21. Опишите явление глобализации медиа.
22. Политические коммуникации: содержание и специфика.
23. Сформулируйте в чем состоит суть медиатизации политического процесса.
24. Раскройте позитивные и негативные результаты медиавоздействия в современной политике.
25. Опишите специфику мобилизационных и маркетинговых стратегий медиа.
26. Специфика воздействия мобилизационных и маркетинговых стратегий медиа в политике.
27. Образы общественного мнения в медиа.
28. Специфика восприятия медиа массовым сознанием.
29. Раскройте содержание основных технологий конструирования медиареальности: вербализации, текстуализации, визуализации, символизации, фетишизации и виртуализации.
30. Основные этапы развития журналистики как системы реализации медиадетельности за рубежом.
31. Основные этапы развития журналистики как системы реализации медиадетельности в России.
32. Основные приемы работы с информацией: убеждение и внушение.
33. Модель новостного производства make sense.
34. Модель новостного производства: make story.

35. Профессиональные нормы деятельности современного журналиста.
36. Опишите гуманитарную идеологическую модель журналистики.
37. Опишите коммуникативно-познавательную идеологическую модель журналистики.
38. Опишите авторитарно-технократическую идеологическую модель журналистики.
39. Раскройте специфику процесса организации медиарилейшнз.
40. Управление средствами массовой коммуникации в медиарилейшнз.
41. Организация PR-компании (медиарилейшнз) по продвижению в российском информационном пространстве товара, политика или идеи.
42. Охарактеризуйте основные этапы PR-компании.
43. Медиавирус в информационной сфере.
44. Раскройте различные подходы к медиавирусу (мему) и технологии его распространения.
45. Содержание медиа-феномена гиперреальности и симулякров (Ж. Бодрийяр).
46. Симулякры в масс-медиа: подходы, этапы развития, технологии, примеры.
47. Индоктринация как социально-политическое явление: подходы, основные технологии.
48. Основные технологии индоктринации.
49. Конструирование идеологии с помощью средств массовой коммуникации.
50. Информационно-коммуникативные средства продвижения идеологии.

Пример экзаменационного билета

Экзаменационный билет № 1.

1 вопрос (20 баллов)

Раскройте содержание медиа-феномена гиперреальности и симулякров (Ж. Бодрийяр).

2 вопрос (20 баллов)

Опишите гуманитарную идеологическую модель журналистики.

3 вопрос (20 баллов)

Охарактеризуйте основные феномены медиавоздействия, с помощью анализа реальных политических событий, опишите возможности и ограничения их воплощения.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Роль СМИ в современном информационном обществе.
2. Что представляет собой медиаграмотность и коммуникативная компетентность?
3. Основные подходы к сущности масс-медиа.
4. Охарактеризуйте явление эксформации и имплозии информации (С. Лем, Ж. Бодрийяр).
5. В чем конкретно состоит функция медиа – контроля общественного мнения и определения повестки дня?
6. В чем конкретно состоит функция медиа – навязывания символических визуальных кодов?
7. В чем конкретно состоит функция медиа – управления коммуникативным пространством?
8. Охарактеризуйте концепцию «Галактики Гутенберга» М. Маклюэна.
9. Что представляют собой лингвистические теории медиа (Р. Барт, Ю.М. Лотман, У. Эко)?
10. Концепция медиаиспользования Р. Хоггарта и С. Холла.

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемой дисциплиной

<u>Компетенция</u>	<u>Типовые задания</u>
<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)</p>	<p>1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий. Задание 1. Раскройте роль и место СМИ в современном мире. В ходе дискуссии следует поразмыслить над ответами на 10-вопросами, заданные PR-специалистам В.О. Пелевиным в 2001 г. (URL: https://pr-maslennikov.livejournal.com/386488.html). Необходимо заранее продумать свою позицию и по возможности подкрепить ее какими-то значимыми аргументами и примерами из реальной практики.</p> <p>2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов. Задание 2. На конкретных примерах покажите особенности влияния масс-медиа на политическую деятельность. В чем состоит специфика влияния политического дискурса в современном медиaprостранстве. Как следует учитывать особенности аудитории медиа в конструировании и репрезентации коммуникативных прrодуктов. Каковы перспективы создания цифрового правительства и сетевой публичной сферы.</p>
<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории профессиональной деятельности (ОПК-4)</p>	<p>1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями. Задание 1. В чем состоит различие аудитории и общественной группы. С использованием системы VALS 2 (values, approaches, lifestyle) – «ценности, подходы, образ жизни» и принципа RACE (research, analysis, communication, evaluation), на конкретных примерах покажите особенности сетевых аудиторий. В чем специфика оказания влияния на сетевые аудитории.</p> <p>2. Ориентируется в профессиональной деятельности на существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения. Задание 2. На конкретных примерах покажите независимость и подчинение медиа в современном мире. Какие новые информационно-коммуникативные технологии в управлении обществом и государством наиболее перспективны. Какие возможности ограничения воздействия медиа на общество имеются.</p>

<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования (ОПК-5)</p>	<p>1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Задание 1.</p> <p>Раскройте характер воздействия медиа, понимаемых в широком смысле: <i>традиционные</i> (устная речь, письмо, книга, фотография, пресса, телеграф, пишущая машинка, телефон, фонограф, кино, радио, телевидение, комикс, граффити) и <i>нетрадиционные</i> (дороги, числа, одежда, жилище, город, деньги, часы, реклама, транспортные средства: колесо, велосипед, автомобиль, самолет, автоматическое оборудование, игры, оружие, музыка) на конкретные политические, экономические, духовные, социальные и иные процессы. Каким образом следует придерживаться правовых и этнических норм регулирования в организации коммуникаций с помощью медиа? Зная особенности каждого из видов медиа, важно также объяснить каким образом, по вашему медиа достигают в конкретном случае успеха, отвечают на запросы и удовлетворяют потребности общества в получении достоверной информации и какой механизм здесь задействован.</p> <p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p> <p>Задание 2.</p> <p>Проанализируйте один из фильмов представленного списка (возможно также выбрать какие-то другие фильмы со сходной тематикой). В задачу входит выявление особенностей представления в этих фильмах реальности в которой находятся главные герои. Следует раскрыть некоторые черты этого особого состояния сознания. Насколько оно опасно для человека? Каким образом показаны возможности выхода из этого состояния в подлинную действительность? Что именно делает реальность подлинной? Каким образом медиа могут генерировать измененную реальность? Как противодействовать навязанной реальности.</p> <p>Необходимо выступить с презентацией по данной теме, в которой в течение до 5 минут, не пересказывая подробно сюжет, кроме ответов на указанные вопросы, изложить также своё собственное видение данной проблематики.</p> <p>Примерный перечень художественных фильмов: «Они живут (Чужие среди нас)» (1988) реж. Д. Карпентер (США). «Джонни-мнемоник» (1995) реж. Р. Лонго (Канада, США). «Матрица» (1999) реж. Э. и Л. Вачовски (США). «Симона» (2002) реж. Э. Никкол (США). «V значит вендетта» (2006) реж. Д. МакТиг (Великобритания, Германия). «Обитаемый остров» (2008) реж. Ф. Бондарчук (РФ). «Generation-П» (2011) реж. В. Гинзбург (РФ).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>«Чёрное зеркало» сериал (одна из серий) (2011-2018) Великобритания.</p> <p>«Голодные игры. Сойка пересмешница» часть II (2015) реж. Ф. Лоуренс (США, Германия).</p> <p>«Облачный атлас» (2012) реж. Вачовски, Т. Тыквер (США, Германия, Гонконг, Сингапур).</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.3 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

1. Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

2. Приказ от 01.12.2017 № 2132/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

3. Приказ от 10.10.2018 № 1873/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

4. Приказ от 13.11.2013 № 1897/о «Об утверждении Регламента подготовки и проведения экзаменов в Финуниверситете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для усвоения дисциплины

Основная литература

1. Руссо, Ж. Об общественном договоре или принципы политического права / Ж. Руссо. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 146 с. — (Антология мысли). — URL: <https://urait.ru/bcode/455301>
2. Социальная политика : учебник для вузов / Е. И. Холостова [и др.] ; под редакцией Е. И. Холостовой, Г. И. Климантовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 395 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468293>
3. Гуляев, И. И. Гражданская и правовая культура российской молодежи : учебное пособие для вузов / И. И. Гуляев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 124 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/457089>
4. Бирюков, С. В. Правовая культура : учебное пособие для вузов / С. В. Бирюков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12246-6. — Текст :

электронный // ЭБС Юрайт[сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476550>

Дополнительная литература

4. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>

5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>

6. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/451046>

7. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникативной сети «Интернет», необходимых для усвоения дисциплины

1. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС) URL: <http://www.akospr.ru/>

2. Российская ассоциация по связям с общественностью URL: <http://www.raso.ru/>

3. Профессиональный PR-портал «Советник» URL: <http://www.sovetnik.ru>

4. Технологический журнал для гуманитариев «Со-общение» URL: <http://www.soob.ru>

5. Портал «Оптимальные коммуникации» URL: <http://jarki.ru/wpress/>

6. Альманах «Дискурс-Пи» URL: http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=2

Электронные ресурсы БИК:

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»

<https://www.biblio-online.ru/>

6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект
<http://ebs.prospekt.org/books>

7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

8. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

9. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира
<http://search.ebscohost.com>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке докладов и самостоятельной работы

Доклад – это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента бакалавриата над докладом с презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Студент бакалавриата:

- в ходе работы над презентацией доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

- в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

- обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное преподавателем время, и в срок.

Докладчики и содокладчики – основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)

- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 7 мин.;
- содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада);
- сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения;
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- акцентирование оригинальности подхода.

Вступление должно предусматривать живую интересную форму изложения

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - краткие выводы и практические рекомендации, излагаются ясно, четко, имеют конкретный характер.

Самостоятельная работа студента бакалавриата является важной частью в рамках данного курса. Самостоятельная работа осуществляется под руководством преподавателя и протекает в форме делового взаимодействия: студент бакалавриата получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Содержание самостоятельной работы имеет двуединый характер: с одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить студент бакалавриата в процессе обучения - объект его деятельности, с другой стороны, это способ деятельности по выполнению соответствующего учебного теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы находит во всех организационных формах учебной внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Цель и планирование самостоятельной работы студента бакалавриата определяется преподавателем.

Собственно, самостоятельная работа студента бакалавриата выполняется в удобные для него часы и представляется преподавателю для проверки. Данный формат предусматривает большую самостоятельность студентов, большую индивидуализацию заданий, наличие консультационных пунктов и ряд психолого-педагогических новаций, касающихся как

содержательной части заданий, так и характера консультаций и контроля.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) СПС Консультант Плюс (соглашение от 17.01.2003 г. № 24 с последующей пролонгацией)
- 2) Информационно-образовательный портал Финуниверситета:

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используется.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office;
- 3) Аналитическая платформа Loginom.